

Visual Communication Design

吴国欣视觉传达设计教程

湖北美术出版社

WU GUO XIN

Courses

WU GUO XIN VISUAL COMMUNICATION DESIGN COURSES

WU GUO XIN VISUAL COMMUNICATION DESIGN COURSES

WU GUO XIN VISUAL COMMUNICATION DESIGN COURSES

视觉传达就是用视觉做媒介进行信息的传达,也就是说只要是和视觉媒介相关联,能够给人带来视觉生理上舒适的,心理上能够给人产生美感的设计领域都属视觉传达设计范畴,但有别于直接以使用功能为主的建筑设计、室内设计、产品设计、服装设计等。随着时代的发展,先进的计算机数字化技术,电脑已经成为设计的基本工具,视觉传达设计也将从实物信息媒介向数字信息媒介转移,光纤纤维的出现,使光成为视觉信息传播媒介,通过多媒体技术可以营造具有身临其境般感觉的虚拟场景,信息时代的到来,也使视觉传达设计由单一媒体向多媒体组合转变。视觉传达设计是由平面(二维)、空间(三维)、动态(四维)三个部分组成,它涉及的领域有:平面部分|标志设计、包装设计、图形设计、编排设计、广告设计、企业形象设计等;空间部分|展示设计、橱窗设计、店面设计、指示系统设计、建筑立面设计等;动态部分|多媒体设计、动画设计、网页设计等。如今任何一种设计已不能单一从某种设计的角度来审视它,比如广告设计,过去一般仅限于招贴、杂志、报纸广告为主,现在要延伸到户外广告、多媒体广告等,再比如标志设计,现在的标志已不仅仅在平面的范围使用,而是在空间和动态中更加有效地传达。



高等院校艺术设计实验课程精选 名师设计教学创新思维

Visual WUGUOXIN 吴国欣视觉传达设计教程
Communication Courses Design

江苏工业学院图书馆
藏书章

图书在版编目(CIP)数据

吴国欣视觉传达设计教程 / 吴国欣著. —武汉: 湖北美术出版社, 2005.11

(高等院校艺术设计实验课程精选: 名师设计教学创新思维)

ISBN 7-5394-1729-3

I. 吴… II. 吴… III. 视觉形象—实用美术—设计—高等学校—教材 IV. J504

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 115758 号

高等院校艺术设计实验课程精选
名师设计教学创新思维

吴国欣视觉传达设计教程

WU GUO XIN SHI JUE CHUAN DA SHE JI JIAO CHENG

著者

吴国欣

责任编辑

查加伍 戴建国

版面设计

吴国欣设计工作室

地址 = 上海市四平路 1239 号

电话 = 021-65983432

传真 = 021-65983432

邮编: 200092

电子信箱: tjguoxin_1012@sian.com

出版发行

湖北美术出版社

地址 = 430070 湖北武汉市雄楚大街 268 号

电话 = 027-87679522

印刷 / 深圳华新彩印制版有限公司

版次 / 2006 年 1 月第 1 版第 1 次印刷

开本 / 16 开 889mm × 1194mm

印张 / 7 印张

印数 / 4000 册

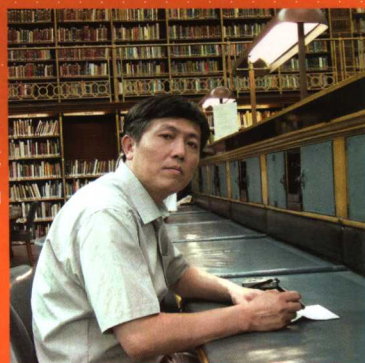
书号 / ISBN 7-5394-1729-3/TS · 17

定价 / 45.00 元

吴 国 欣

1953年10月生于上海，浙江定海人。毕业于中央工艺美术学院。现任同济大学教授、硕士生导师，建筑与城市规划学院艺术设计系副系主任，教育部艺术类专业教学指导委员会委员，教育部本科教学工作水平评估专家。

1982年开始从事艺术设计、工业设计专业视觉传达设计方向的教学、科研工作。1998年开始培养视觉传达设计方向硕士研究生。现已出版教材有：《平面视觉传达设计》，湖南美术出版社出版；《橱窗设计》，中国建筑工业出版社出版；《广告设计》，中国建筑工业出版社出版，获2004年上海市优秀教材三等奖；《标志设计》，上海人民美术出版社出版。所有出版的教材都有多次重印和再版。



吴国欣视觉传达设计教程内容提示

经孙建君先生介绍，由湖北美术出版社邀请我编写此书，使我有机会将自己从事视觉传达设计教学和研究工作二十多年的经验和体会书写成文，与同行和朋友们一起交流，共同探讨，同时也是我对视觉传达设计概念的重新认识和学习。

在繁忙的教学和科研之余，自己曾编写过《平面视觉传达设计》《橱窗设计》《广告设计》《标志设计》等多本与视觉传达设计相关的教材，而且所有编写的教材各出版社都进行重印和再版。可以看到目前国内在视觉传达设计领域求学的学生之多，涉及该领域就职设计人员之广。

视觉传达设计是一门研究视觉及其应用的学科，也是现代艺术设计的一个重要组成部分。长期以来，对于视觉传达设计所涉及的领域在学术界一直处于变动的状态。很多人将视觉传达设计等同于平面设计，这显然是没有对视觉传达的本质进行深刻的研究。视觉传达就是用视觉做媒介进行信息的传达，也就是说只要是和视觉媒介相关联的，能够给人带来视觉生理上舒适的，心理上能够给人产生美感的设计领域都属视觉传达设计范畴，但有别于直接以使用功能为主的建筑设计、室内设计、产品设计、服装设计等。



随着时代的发展，先进的计算机数字化技术，将声音、图像、数字、语言、文字等结合起来，带来了全新的视觉传达形式和特征。电脑已经成为设计的基本工具，视觉传达设计也将从实物信息媒介向数字信息媒介转移，光导纤维的出现，使光成为视觉信息传播媒介，通过多媒体技术可以营造具有身临其境般感觉的虚拟场景；信息时代的到来，也使视觉传达设计由单一媒体向多媒体组合转变。

这次在编写视觉传达设计教材的过程中，我认为有必要对视觉传达设计这个学科提出一个新的概念：视觉传达设计是由平面（二维）、空间（三维）、动态（四维）三个部分组成，它涉及的领域有：平面部分——标志设计、包装设计、图形设计、编排设计、广告设计、企业形象设计等；空间部分——展示设计、橱窗设计、店面设计、指示系统设计、建筑立面设计等；动态部分——多媒体设计、动画设计、网页设计等。如今任何一种设计已不能单一从某种设计的角度来审视它，比如广告设计，过去一般仅限于招贴、杂志、报纸广告为主，现在要延伸到户外广告、多媒体广告等，再比如标志设计，现在的标志已不仅仅在平面的范围使用，而是在空间和动态中更加有效地传达。视觉传达设计除在以上本学科分类中交叉，还要和其他学科交叉。

以上是我对近几年视觉传达设计教学思想的一次总结，在许多方面还很不成熟，对同行而言，只能起一个“抛砖引玉”的作用，并能得到来自各方面的探讨和指正。

在本书编写过程中得到陈斌和张婷的大力协助，他们作为第一读者，给我提出了很多诚恳的建议和想法，在此特致谢意。

责任编辑 > 查加伍 戴建国

装帧设计 >  敬人设计工作室
 吕敬人 + 马云洁 + 徐洁

高等院校艺术设计实验课程精选

名师设计教学创新思维

吕敬人书籍设计教程

吴国欣视觉传达设计教程

朱钟炎产品造型设计教程

肖勇招贴设计教程

王子源图形设计教程

宋协伟视觉形象导视系统设计教程

郑宏景观设计教程

丘斌商品包装设计教程

吴洪服装设计教程

秦璞立体形态构成设计教程

安尚秀字体编排应用设计教程

总 序 中国设计教育在过去的十几年里经历了一个跳跃式的发展，学生数量剧增。这令人激动，同时又让人在学生数量变化的同时引起对质的担忧。如何建立起有特色的，行之有效的设计教育体系，快速提升设计教学质量，为“中国设计”在国际上的崛起，为让设计在中国经济与文化快速发展中扮演一个重要角色输送生力军，这是设计教育界同仁们近期内苦苦思考的问题。相信这套由中国著名设计师，以及活跃在中国设计教育界的出色的设计教育家们参与的“名师设计教学创新思维”，会为设计教育工作者带来一些启示，引发更多的关于设计教育的思考与创新课程的出现，重新设计我们的设计教育。同时这套丛书也将给众多无缘向这些著名设计教育家学习的设计学子们，提供一个极好的学习机会。 **王 敏**（中央美术学院 设计学院院长）

序

FOREWORD

经孙建君先生介绍,由湖北美术出版社邀请我编写此书,使我有机会将自己从事视觉传达设计教学和研究工作二十多年的经验和体会书写成文,与同行和朋友们一起交流,共同探讨,同时也是我对视觉传达设计概念的重新认识和学习。

在繁忙的教学和科研之余,自己曾编写过《平面视觉传达设计》《橱窗设计》《广告设计》《标志设计》等多本与视觉传达设计相关的教材,而且所有编写的教材各出版社都进行重印和再版。可以看到目前国内在视觉传达设计领域求学的学生之多,涉及该领域就职设计人员之广。

视觉传达设计是一门研究视觉及其应用的学科,也是现代艺术设计的一个重要组成部分。长期以来,对于视觉传达设计所涉及的领域在学术界一直处于变动的状态。很多人将视觉传达设计等同于平面设计,这显然是没有对视觉传达的本质进行深刻的研究。视觉传达就是用视觉做媒介进行信息的传达,也就是说只要是和视觉媒介相关联的,能够给人带来视觉生理上舒适的,心理上能够给人产生美感的设计领域都属视觉传达设计范畴,但有别于直接以使用功能为主的建筑设计、室内设计、产品设计、服

装设计等。

随着时代的发展,先进的计算机数字化技术,将声音、图像、数字、语言、文字等结合起来,带来了全新的视觉传达形式和特征。电脑已经成为设计的基本工具,视觉传达设计也将从实物信息媒介向数字信息媒介转移,光导纤维的出现,使光成为视觉信息传播媒介,通过多媒体技术可以营造具有身临其境般感觉的虚拟场景;信息时代的到来,也使视觉传达设计由单一媒体向多媒体组合转变。

这次在编写视觉传达设计教材的过程中,我认为有必要对视觉传达设计这个学科提出一个新的概念:视觉传达设计是由平面(二维)、空间(三维)、动态(四维)三个部分组成,它涉及的领域有:平面部分——标志设计、包装设计、图形设计、编排设计、广告设计、企业形象设计等;空间部分——展示设计、橱窗设计、店面设计、指示系统设计、建筑立面设计等;动态部分——多媒体设计、动画设计、网页设计等。如今任何一种设计已不能单一从某种设计的角度来审视它,比如广告设计,过去一般仅限于招贴、杂志、报纸广告为主,现在要延伸到户外广告、多媒体广告等,再

比如标志设计,现在的标志已不仅仅在平面的范围使用,而是在空间和动态中更加有效地传达。视觉传达设计除在以上本学科分类中交叉,还要和其他学科交叉。

以上是我对近几年视觉传达设计教学思想的一次总结,在许多方面还很成熟,对同行而言,只能起一个“抛砖引玉”的作用,并能得到来自各方面的探讨和指正。

在本书编写过程中得到了陈斌和张婷的大力协助,他们作为第一读者,给我提出了很多诚恳的建议和想法,在此特致谢意。

编者

目录

CONTENTS

A 第一章

视觉传达设计概述

一、视觉世界	001
1. 视觉生理	001
2. 视觉心理	001
二、视觉传达	002
1. 何谓传达	002
2. 视觉传达	003
三、视觉传达设计	005
1. 何谓视觉传达设计	005
2. 视觉传达设计的发展历程	007
3. 视觉传达设计的社会文化价值	008

B 第二章

视觉传达设计的要素

一、图形	010
1. 平面图形	011
2. 立体图形	015
3. 动态图形	018
二、色彩	020
1. 色彩的三要素	020
2. 色彩的构成形式	022
3. 色彩与心理	025
三、文字	028
1. 文字的演变历程	028
2. 文字设计	029
四、编排	032
1. 编排的概念	032
2. 人的视觉流程	033
3. 编排设计的形式与方法	034

C

第三章

视觉传达设计的领域

一、平面视觉传达设计	038
1. 标志设计	038
2. 包装设计	046
3. 广告设计	052
4. 动态广告图像	060
5. 企业形象设计	062
二、空间视觉传达设计	068
1. 展示设计	068
2. 指示系统设计	074
3. 建筑立面设计	080
三、动态视觉传达设计	084
1. 动态视觉传达设计的概念	084
2. 多媒体动画设计	086
3. 网页设计	090

D

第四章

视觉传达设计优秀案例

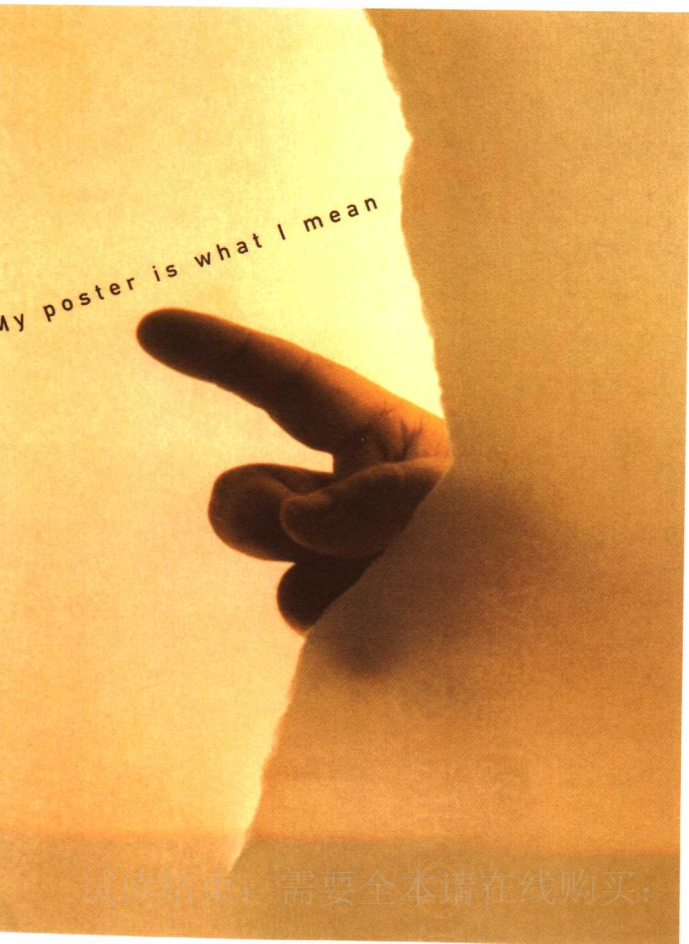
1. 法国PICARD连锁食品超市整体视觉传达设计	094
2. 法国蓬皮杜艺术中心整体视觉传达设计	098
3. BNP PARIBAS银行整体视觉传达设计	102
4. ESPRIT服装品牌整体视觉传达设计	104

A 第一章

视觉传达设计概述

视觉传达设计是设计师通过设计图像的形式来反映时代发展的面貌，是表达时代审美特征的途径和手段。

“我的海报是我如何认为” 奎内克 (Alain Quernec)

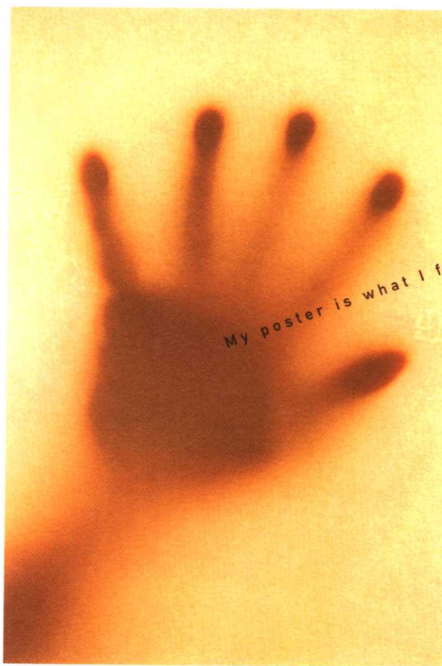


一、视觉世界

1. 视觉生理

视觉是人类的基本特征之一。《辞海》将视觉定义为“感觉和辨别光的明暗、颜色等特性的感觉”；《现代汉语词典》则将视觉解释为“物体的影像刺激视网膜产生的感觉”。其实，人类对于视觉的认识由来已久，在中国，“视”和“看”的概念早在春秋战国时期就已经出现，而在西方，表示“视觉”的单词 vision 则出现在 13 世纪。

视觉作为一种生理现象，主要是通过视觉器官起作用，也就是光作用于物体形成的物象，反映到视神经上成为映像。我们同样可以理解为在我们的大脑里面有一个屏幕，它可以产生与外部世界相对应的光模式，外界的物体可以通过视觉器官在这个屏幕上产生自己的图像。但是，视觉又不仅仅是视觉器官或其功能。一般来说，人们认识一个物体的视觉形象都要有三个过程：一是光学反应，也就是物体的反射光在视网膜上成像；二是生理反应，也就是物体的影像通过神经系统传到大脑；三是心理反应，也就是大脑将获得的信息进行分析并做出判断。从这个意义上讲，完整的“视觉”不能仅仅是生理现象，还应该包括人的心理感受。



“我的海报是我如何感觉” 奎内克 (Alain Quernec)

2. 视觉心理

中国有句古话：“身与事接而境生，境与身接而情生。”包豪斯的重要成员纳吉在他的著作《视觉运动》中也指出：人类完全生活在形态和色彩的环境之中，不断地受到刺激，唤起不同的情感。视觉不纯粹是人类用来量度外界事物的工具，它比机械的睁开眼睛“看”有着更深刻的含义，也就是对“看”的感知。如说我们看到落叶会有一种萧瑟、凄凉的感觉，看到绿树葱葱会觉得心旷神怡……

每个人都有自己对外界事物的感知方式，每个人的视觉感知也都具有主观能动性。对同一事物，不同的人会有不同的感知角度；在同一环境中，不同的人也会选择不同

的事物去感知,这样也就会产生不同的结果。比如有人十分欣赏复古、装饰性强的设计,有人就对简约、现代的设计推崇备至……另外,随着外界环境(光线、空间等)的变化,人们对于同一事物的视觉感知也会大相径庭。在很多商场中,商家就会利用人的视觉产生的心理变化来布置商品的位置以及灯光、色彩等环境因素,从而达到增强顾客购买欲望的效果。

视觉传达设计和其他设计学科的最大区别是:设计图像并不是为了自我欣赏,而是作为信息的一种载体,使接受者能共享这样的信息。



加拿大宣传品的外形巧妙地融入了枫叶的元素,让人自然联想到这个国家。



二、视觉传达

1. 何谓传达

传达一词译自英语的 Communication,它是符号学中的一个重要的术语和研究课题。那么什么是传达呢?首先,传达是一种信息授受行为,也就是将思想、感情或是一些客观信息传授给接受对象。其次,传达必须借助一定的载体来实现,并且这种载体一定是可以感受到的,比如视觉的或听觉的载体。最后,传达并不是以接受对象接收到信息为终点,而是可以带来传授者和接受对象的一种互动。

人类有史以来就有传达行为,在语言产生以前,人类以动作、姿势、表情等来传达情感,继而使用结绳、口语、书写等作载体。随着

用最简洁的元素形成了最有力的视觉冲击。

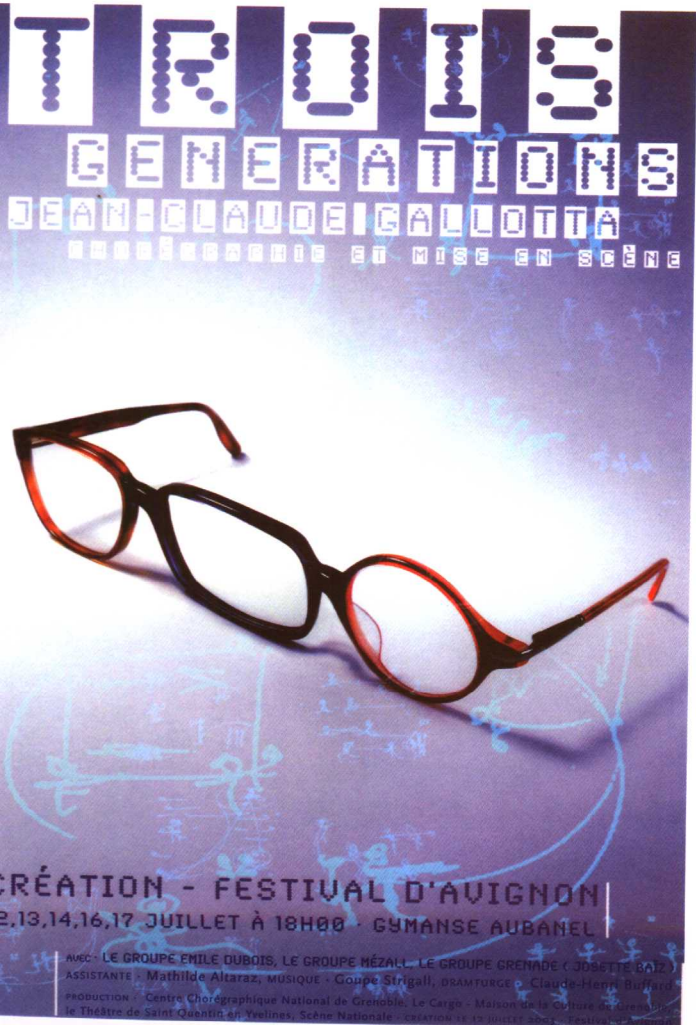


时代的进步,尤其是印刷术不断发达,传达的载体越来越丰富,报纸、杂志、摄影、电视等等使得传达的效力不断扩大。现在的传达已经不仅仅局限于少数人之间的传达,而已经转变为大众之间的信息传达,而这种传达就是以大众为本位的,而它的目标也从最初始的几个人之间的情感互动变成了满足大众的要求,实现大众之间的互动。



灯光和图像可以营造整个展示区的视觉气氛。

“三代”白同昇 (Michal Batory) 法国 Montpellier 节日海报



2. 视觉传达

视觉是我们认识世界最重要的媒介,在我们接受外部信息的过程中,有80%以上的信息是通过视觉媒介进入我们的大脑。从史前时期开始,人类就已开始探索用各种方法将自己的情感赋予视觉的形式,并以此来传达给别人。原始时代,人们开始“结绳记事”,将爱美的意欲投注到编结上;文字出现以后,人们便开始更多地利用文字表达感情,记录事实。随着时代的发展和社会的进步,人与人的交流日益密切,视觉在人类接受信息上的影响力并没有降低的迹象,并且已经在各个领域发挥了重要作用。

现在的时代是一个视觉信息不断膨胀的时代,英国学者伯格曾经说过:“在历史的任何社会形态中,



美国 Wella 公司产品的包装设计。无论在色彩还是造型上,包装都具有很强的统一性,具有良好的识别性。



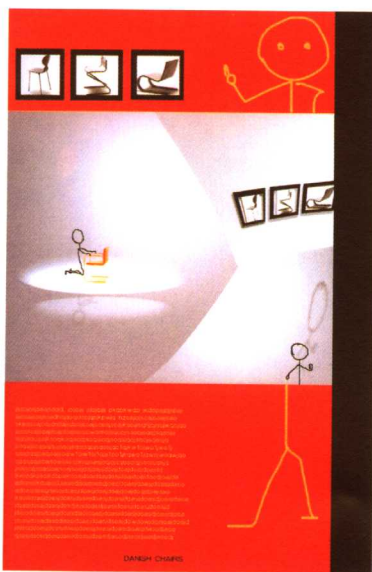
将书作为视觉元素，通过巧妙的编排来体现宣传的内容。

视觉传达设计是信息时代人们进行视觉信息交流的方式和方法。

都不曾有过如此集中的形象，如此强烈的视觉信息。”而视觉传达是人与人之间视觉信息的交流，它以人为起点，通过视觉媒介将信息传达给被传达的人，其本质也就是视觉信息的传达。作为视觉信息表象的视觉元素既是反映各种不同事物性质的视觉信息符号，也是我们用来传达和接收信息的工具。人的视觉活动可以看作是人类精神所进行的一种创造性活动，从这个意义上讲，视觉元素是人造的，也是为人创造

的。人可以通过自身的思维创造出有效地解释视觉元素的能力。同其他的传达方式一样，视觉传达的目标也不是仅仅完成简单的视觉信息的传递，而是要给人以情感上的感染和满足，实现视觉沟通。要实现这样的目标，视觉元素就必须表意清晰，具有很强的可读性。这样受众才有可能充分理解和接受视觉元素，并能够积极地对其做出回应。

Garonne 公共图书馆 50 周年推广海报 孔乔 (Ronald Curchod)

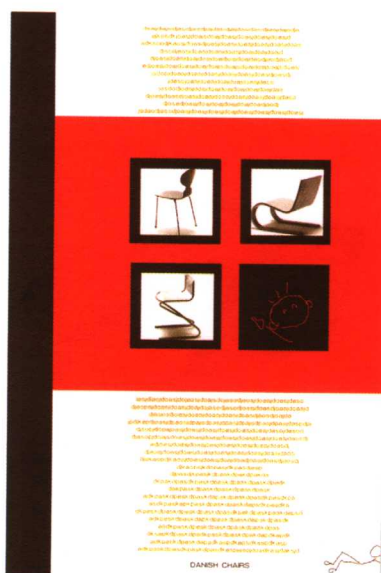


DANISH CHAIRS



DANISH CHAIRS

丹麦椅子的宣传品。编排形式简洁、色彩统一，很好地诠释了丹麦椅子的高贵、精细的品质。



DANISH CHAIRS

三、视觉传达设计

1. 何谓视觉传达设计

视觉传达设计是一门研究视觉及其应用的学科,也是现代艺术设计的一个重要组成部分,是一个深受西方文化和传播学影响的学科。20世纪50年代以后,西方社会的社会环境发生了巨大的变化,这对视觉传达设计的产生有十分重要的作用,主要表现在:首先,市场已经由卖方市场转变为买方市场,这催生了市场营销的概念,而营销的观念对视觉传达产生了重要影响,可以说市场营销学是视觉传达设计的基础;其次,视觉心理学的成熟和发展,使视觉传达设计的图像研究走上了科学的道路;再次,传播学的崛起使得人们对大众传播行为有了进一步的认识;最后,出现了以瑞士国际风格为代表,讲究画面中各种要素的视觉化秩序,真正推出了视觉



欧洲某城市道路的指示系统。其形态和材质都与周围的环境很好地融合在一起,显得十分精致,同时又能准确地传达信息。

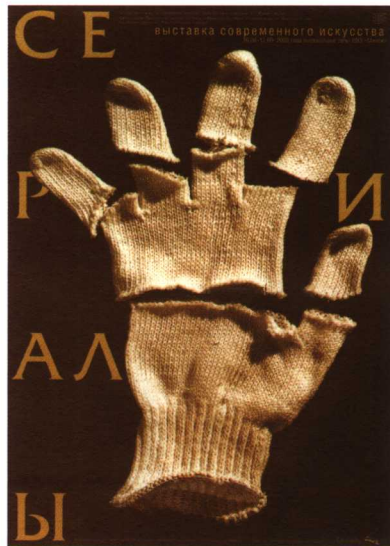
传达的概念。从时间上讲,“视觉传达设计”一词早在1922年就由德怀金斯(William Addison Dwiggins)提出,而其真正得到接受和普遍的应用是在30年以后的事情了。大约在20世纪60年代,当时在日本东京举行的世界设计大会上,与会者都认识到,在不断扩大影响的媒体中,视觉和影像已经作为独立的传达手段而存在。视觉传达设计是通过视觉媒介表现并传达的设计,它将一些复杂的精神内容赋予视觉语言并体现在物质形式中。

长久以来,对于视觉传达设计所涉及的领域,在学术界一直争论不休,很多人将视觉传达设计等同于平面设计,这显然是没有对视觉传达的本质进行深刻的研究。前面我们已经提到视觉传达就是用视觉做媒介进行信息的传达,也就是

ipod 产品的宣传品。色彩和形态充满了活力,体现了 ipod 面向年轻人的定位。



俄罗斯国家艺术中心的展览海报 罗克威 (Andrey Logvin)





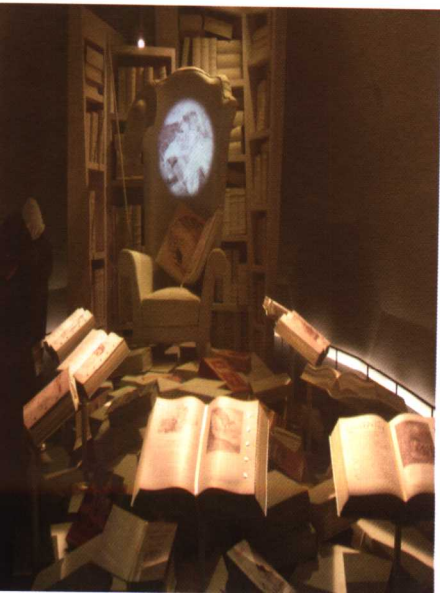
SONY公司的展示设计。体量较大的产品标志和色彩极具视觉冲击力，在展示中往往需要这样的效果。

说只要是和视觉媒介相关联的设计领域就应该属于视觉传达设计的范畴。而视觉传达设计主要研究的也就是物体通过人的视觉器官在人的心理上产生作用的设计程序，也就是怎么通过设计使得物体的视觉形象能够给人带来视觉生理上的舒适，并且进一步产生心理上的美感。从这个意义上讲，视觉传达设计不仅是平面的，而且也有空间的，动态的。它主要包括了标志设计、包装设计、企业形象设计、书籍装帧设计、广告设计、橱窗设计、店面设计、展示设计、指示系统设计、网页设计以及多媒体动画设计等等。其中的任何一种类型的设计都不能仅仅从平面设计的角度来审

摆放商品的橱窗设计巧妙，使人过目不忘，很好地起到了推销商品的作用。



在一些现代化的场所内，指示系统的载体往往使用体现现代化和高科技的材料，其造型也追求简洁。



2005年爱知世博会法国馆内部展示空间设计。

视它。比如广告设计，以前的形式一般仅限于招贴、杂志以及报纸广告等几种，但现在随着户外广告的大行其道以及多媒体广告的日益流行，广告设计已经扩展到了三维甚至四维的空间中；再比如标志设计，很多人都将其看作单纯的平面设计，但是现在的标志也不能仅仅在平面的范围内进行设计，在三维和四维空间内如何应用标志以及如何使标志在空间内更加有效地传达信息，是目前标志设计也应该研究的问题。



欧洲某城市道路的指示系统。富有活力的形态和色彩使其在指示方向的同时给人轻松、愉悦的感觉。

2. 视觉传达设计的发展历程

视觉传达设计的一个突出特点就是重视传统,很多优秀的视觉传达设计作品都是利用现代的设计思想和科技手段对传统的视觉元素进行再创造而得来的,可以说,在视觉传达设计中,很多地方都孕育了传统历史文化的内涵,视觉传达设计的整个发展过程也是整个人类社会发展进步的缩影。因此,我们很有必要了解整个视觉传达设计发展的历史。

视觉传达设计可以说是起源于人类开始思考之日。人类为了记录自己的思想和活动,最初是通过实物来记事,用这些物的形式来指称一定的客观对象,并进行交流。例如结绳记事,结绳作为一种符号化了的实物,其本身形式的不同也就代表了不同性质的事物。随后人类开始采用图画的方式,用可视的线条来说明人们心中构想的形象。最具代表性的是图腾标志。它主要包括了图腾柱、器具上的纹饰、面具等形式,是原始人将客观对象人化的突出表现。图画符号比实物更容易实现意向和物象之间的相互转

变,因此其视觉传达功能比实物记事更加形象化、具体化。图画意义的逐渐规范化使得很多图画演变为象形文字。文字的出现使人类进入了手工图像时代,在这个时代里,视觉传达主要表现为标志、字体、书籍以及一些包装,此时文字成为视觉传达的主要载体,它与图画互相搭配,使这些手工图像逐步进入了社会公众渠道,并刺激了以后印刷图像的产生和发展。11世纪,我国宋朝的毕升发明了活字印刷术,人类第一次具有了大批量高速复制信息的能力。四个世纪以后,德国人古登堡把活字印刷术转变为实用技术,使印刷术得到了广泛应用。从此,报纸、书籍、杂志等印刷品作为大众传媒迅速普及,使信息的传递速度和传播范围大为改观,从而提高了视觉传达在整个大众传播系统中的地位。因为有了机械印刷,人们就可以从繁重的手绘工作中解脱出来,将更多的设计技能用于版式、配色和插图设计等方面。到了20世纪中期以后,电视、录像等一系列电子传播技术与媒介相继出现,使人类视觉信息传播的速度达到了空前的迅速,范围空前的广泛,人类也就进入了以模拟传播为代表的视觉传达时代。这次变革不仅产生了新的视觉媒介,同时,印刷媒介在内容、版式以及技术上都有了质的提高,在视觉设计上有了极大的突破。这时候的视觉传达设计已经不仅仅是美术技能和印刷技术的简单组合,而是艺术与印刷、影视、材料等多种技术的紧密结合。



2005年爱知世博会捷克馆外立面设计。



现代的视觉传达已经越来越多地使用多媒体作为传达媒介。

纯粹黑白的对比使商品的展示区域给人简洁、高档的感觉,从而诠释了商品的概念和精神。



法国巴黎蓬皮杜国家艺术中心外立面是著名设计师皮亚诺和罗杰斯的作品,整个建筑像一幢化工厂,被管道和钢架所包围,是高技派风格的代表作。

